

## **Kleine Anfrage**

**der Abgeordneten Heidi Reichinnek, Susanne Ferschl, Gökyak Akbulut, Matthias W. Birkwald, Ates Gürpınar, Pascal Meiser, Sören Pellmann, Dr. Petra Sitte, Kathrin Vogler und der Fraktion DIE LINKE.**

### **Ferien-, Kennenlern-, IT- und Abenteuer camps für Schülerinnen, Schüler und Jugendliche bei der Bundeswehr**

Die Antworten der Bundesregierung auf diverse Kleine Anfragen der Fraktion DIE LINKE. belegen ein umfangreiches und vielseitiges Engagement der Bundeswehr, um für Nachwuchs interessant zu sein.

Dabei greift die Bundeswehr nicht nur auf öffentliche Werbekampagnen wie beispielsweise die Kampagne „Mach was wirklich zählt“ zurück. Die Bundeswehr engagiert sich an ihren Standorten im sozialen Umfeld und unterstützt Initiativen und Einrichtungen u. a. der Kinder- und Jugendhilfe, um „das Verständnis für die Bundeswehr im Allgemeinen und das soldatische Dienen im Besonderen“ zu steigern (zitiert in der Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 18/7494). Dazu unterhält sie engere Kooperationen zu Einrichtungen der Kinder- und Jugendhilfe sowie Kitas. Ebenso besucht die Bundeswehr Schulen und Hochschulen und ist auf Berufsmessen vertreten. Die Bundeswehr spricht Jugendliche aber auch durch Kennenlern-, Ferien-, IT- oder Abenteuer camps an.

Wie die Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 18/13404 offenbart, bietet die Bundeswehr seit zumindest 2012 in großem Rahmen mehrtägige Feriencamps an, die unter den Namen von Ferien-, Kennenlern-, IT- oder Abenteuer camps beworben werden. Diese Angebote werden von allen Gattungen der Bundeswehr angeboten, also von Luftwaffe, Marine und Heer. Die größte Auswahl bietet das Heer mit Angeboten bei Panzereinheiten, Gebirgsjägern, im Sanitätsdienst oder IT-Bataillonen. Die Anzahl der teilnehmenden Jugendlichen in den Camps stieg seit 2015 stark an. Im Jahr 2016 nahmen 1 544 Jugendliche an den Camps teil, im noch laufenden Jahr 2017 waren es bereits 2 066, während es in den Jahren zuvor lediglich 959 bis 1 326 Teilnehmende waren. Seit 2015 ist eine auffallende Häufung von diesen Camps in den neuen Bundesländern zu beobachten und hier insbesondere in Brandenburg und Sachsen.

Die Bundesregierung konnte seinerzeit nicht beantworten, wie viele der Teilnehmenden volljährig waren, „eine Aufschlüsselung nach dem Lebensalter wird nicht gesondert vorgenommen“, so die Bundesregierung in ihrer Antwort auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 18/13404. Und dies, obwohl der UN-Kinderrechteausschuss die Bundesregierung wiederholt anmahnte, Werbekampagnen und Schulbesuche, die sich an Minderjährige richten, einzustellen, so zuletzt in den Abschließenden Bemerkungen des UN-Fachausschusses zum Fünften und Sechsten Staatenbericht, in denen der Aus-

schuss seine Besorgnis äußert über „auf Kinder ausgerichtete Werbung und Marketing für den Militärdienst, auch an Schulen“ und die Bundesregierung auffordert, „alle Formen der auf Kinder ausgerichteten Werbung oder Vermarktung des Militärdienstes zu verbieten, insbesondere an Schulen“ (vgl. Abschließende Bemerkungen des UN-Fachausschusses zum Fünften und Sechsten Staatenbericht für die Rechte des Kindes: [https://www.kinderrechte.de/fileadmin/Redaktion-Kinderrechte/1\\_Kinderrechte/1.7\\_Staatenberichte/Concluding\\_Observations\\_DEU\\_Fassung.pdf](https://www.kinderrechte.de/fileadmin/Redaktion-Kinderrechte/1_Kinderrechte/1.7_Staatenberichte/Concluding_Observations_DEU_Fassung.pdf)). Diese wiederholte Aufforderung scheint die Bundesregierung konsequent zu ignorieren, wie ihre Antwort auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 18/13404 nahelegt: Es werde „grundsätzlich durch zielgruppengerechte Marketing- und Medienanalyse sowie entsprechende Werbung gewährleistet“, dass die Werbung bei den Jugendlichen ankomme. Die Analyse werde von Medienfachleuten durchgeführt. Im Fokus seien neben der Zielgruppe der 16- bis 17-Jährigen auch „Lebensjüngere“, „sofern sich diese in der Berufsorientierungsphase bzw. Berufsfindungsphase befinden“, so die Bundesregierung (vgl. die Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 18/13404). Beworben werden die Camps auch durch die sozialen Medien wie Facebook. Die Camps böten den Jugendlichen die Möglichkeit, „das Gespräch mit Soldatinnen und Soldaten zu suchen und erste authentische Eindrücke über den Arbeitgeber Bundeswehr für eine konkrete Bewerbung zu erlangen“. Die Teilnahme an den Camps ist für die Jugendlichen kostenlos (Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 18/13404).

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche Camps wurden bzw. werden durch die Bundeswehr organisiert und durchgeführt (bitte einzeln aufzählen inklusive Datum und Dauer sowie für die Jahre 2017 bis 2022 sowie nach Durchführungsort, Einheit, verantwortlicher Standort und Bundesland sowie nach Marine, Heer, Luftwaffe aufschlüsseln)?
2. Welche der Camps finden bzw. fanden regelmäßig bzw. mehrmals statt, und warum (bitte einzeln ausführen)?
3. Welche der Camps fanden nur einmalig statt, und warum (bitte einzeln ausführen)?
4. Wie viele Jugendliche haben an den Camps teilgenommen (bitte nach Jahren, Standorten und Bundesländer sowie für jedes einzelne Camp aufführen sowie jeweils nach Geschlecht und Alter aufschlüsseln)?
5. Wie viele Jugendliche, die an den Camps teilgenommen haben, haben das Camp vorzeitig abgebrochen (bitte nach Jahren, Standorten und Bundesländern differenziert sowie für jedes einzelne Camp aufführen sowie jeweils nach Geschlecht und Alter und Grund des vorzeitigen Abbruchs aufschlüsseln)?
6. Aus welchen Bundesländern kamen bzw. kommen die Teilnehmenden der Camps (bitte für die Jahre 2017 bis 2022 und nach Bundesländern aufschlüsseln)?
7. Welche Kosten sind der Bundeswehr für Organisation und Durchführung der Camps entstanden (bitte für die Jahre 2017 bis 2022 aufschlüsseln)?
8. Wie sind die Jugendlichen nach Kenntnis der Bundesregierung auf die Feriencamps aufmerksam geworden?
9. Wie und wo wurden bzw. werden die Camps beworben, und welche Kosten entstanden dabei (bitte für die Jahre 2017 bis 2022 aufschlüsseln)?

10. Für welche der Camps wurde bzw. wird durch öffentliche Anzeigen geworben (bitte nach Jahren und Camps aufschlüsseln sowie in Fernsehwerbung, Anzeigen in Zeitungen, Anzeigen in Zeitschriften, Anzeigen im Internet, Anzeigen im öffentlichen Raum, Kinowerbung unterteilen)?
11. Mit welchen Methoden stellt die Bundeswehr sicher, dass die Werbung für die Camps bei den Jugendlichen ankommen (bitte detailliert ausführen)?
12. Nach welchen Kriterien erfolgt die Bewerbung der Camps?
13. Von welchen der Camps wurden durch die Bundeswehr bzw. im Auftrag der Bundeswehr Film- oder Fotoaufnahmen angefertigt?
14. Über welche der Camps wurde durch die verschiedenen Medienkanäle der Bundeswehr via Print- oder Onlinemedien wie beispielsweise bundeswehrkarriere.de, bundeswehrentdecken.de, YouTube-Kanal der Bundeswehr, Facebook, Instagram, TikTok oder ähnlichen berichtet (bitte nach Jahren, Camp, Art der Berichterstattung sowie Medium aufschlüsseln)?
15. Inwiefern kann die Bundesregierung sicherstellen, dass bei den unterschiedlichen Camps der Bundeswehr sowie deren Bewerbung nicht gegen die UN-Kinderrechtskonvention verstoßen wird?
16. Ist es im Rahmen der Camps zu besonderen Vorfällen wie beispielsweise sexuellen Übergriffen, Unfällen mit Verletzten, übermäßigem Alkoholkonsum oder ähnliches gekommen (bitte detailliert ausführen und dabei Camp, Vorfall, Beteiligung Minderjähriger sowie gewählte Lösungsansätze benennen)?
17. Wie hat sich die Corona-Krise auf diese Veranstaltungen ausgewirkt?
18. Hat die Bundeswehr Planungen zur weiteren Entwicklung dieser Angebote (bitte detailliert ausführen auch bezüglich Angebotskapazitäten)?

Berlin, den 6. November 2023

**Dr. Dietmar Bartsch und Fraktion**

